

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
(Study Kasus PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya)

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh:
Nelly Dewi Karina
0743010272

YAYASAN KESEJAHTRAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
(Study Kasus PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya)

Diajukan Oleh:
Nelly Dewi Karina
0743010272

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAWA TIMUR
Pada Tanggal 13 Juni 2012

Pembimbing Utama

Tim Penguji

Ketua

Drs. Syaifuddin Zuhri, MSi
NPT. 3 7006 94 00351

Juwito, S.Sos. M.Si
NPT. 367 049 500 361

Sekretaris

Drs. Syaifuddin Zuhri, MSi
NPT. 3 7006 94 00351

Anggota

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368 049 400 281

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Drs.Hj.Superwati, Msi
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Puja dan puji penulis sampaikan ke hadirat Allah SWT

Shalawat dan salam penulis hamparkan keharibaan Pemimpin Umat Muhammad Rasulullah SAW yang telah memberikan Rachmat, Taufik dan Hidayahnya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI (Study Kasus PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya) dapat terselesaikan dan telah diuji didepan Tim Penguji untuk menilai layak tidaknya dilanjutkan ke skripsi

Sungguh penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis rasa terima kasih kepada Drs. Syaifuddin Zuhri M.Si selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis.

Disamping itu pula pada kesempatan ini memang selayaknya penulis menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir.H. Teguh Soedarto, MP. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur
2. Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur
3. Juwito, S. Sos, MSi selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur

4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur

5. Kedua orang tua atas bimbingan dan do'anya

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.
Untuk itu Kritik dan saran yang sifatnya membangun sangatlah penulis harapkan demi
perbaikan karya tulis selanjutnya

Akhirul kalan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan
bagi semua pihak pada umumnya. amin

Surabaya Desember 2012

Penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 8
2.1.Landasan Teori.....	8
2.1.1.Pengertian Komunikasi.....	8
2.1.2 Pengertian Organisasi.....	9
2.1.3 Karakteristik dan Fungsi Organisasi.....	10
2.1.4 Komunikasi Organisasi.....	12
2.1.5 Komunikasi Organisasi Suatu Perusahaan....	21
2.1.6 Iklim Komunikasi Organisasi.....	22
2.1.7 Iklim Komunikasi Organisasi Suatu Perusahaan.....	 23
2.1.8 Proses Komunikasi di Perusahaan.....	27
2.1.9 Komunikasi Sebagai Hubungan Yang	

Berinterak Dalam Perusahaan.....	28
2.2. Kerangka Berpikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.. .	32
3.1.1 Iklim Komunikasi Organisasi	32
3.1.2 Iklim Komunikasi Organisasi Positif..... .	33
3.1.3 Iklim Komunikasi Organisasi Negati.....	33
3.1.4 Pengukuran Variabel.....	34
3.2 Populasi, Teknik Penarikan Sampel, dan Sampel..	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Teknik Penarikan Sampel dan Sampel....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4 Metode Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitia.....	41
4.1.1 Latar Belakang Perusahaan	41
4.1.2 Struktur Organisasi	41
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data	42
4.2.1 Identitas Responden	42
4.2.2 Kepercayaan	45
4.2.3 Keputusan Bersama	48
4.2.4 Kejujuran	50
4.2.5 Keterbukaan Dalam Komunikasi	

Ke Bawah.....	53
4.2.6 Nilai Mendengarkan Dalam Komunikasi	
Ke Atas	55
4.2.7 Nilai Perhatian Untuk Tujuan	
Berkinerja Tinggi	57
4.2.8 Nilai Iklim Komposit	59
4.3 Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66

Nelly Dewi Karina
07 430 10 272

Iklm komunikasi Organisasi PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya.

Dalam menunjang lancarnya komunikasi organisasi yang ada diperusahaan perlu ditunjang oleh iklim komunikasi organisasi yang baik. Hal ini dikarenakan iklim komunikasi organisasi dapat mempengaruhi perilaku setiap anggota dalam organisasi. Iklim komunikasi sangat penting dalam suatu organisasi karen amengaitkan antara konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan dan harapan anggota organisasi. Tujuan yang hendak dicapai dalam [enelitian ini adalah untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi di PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya. Teori yang digunakan salam penelitian ini adalah iklim komunikasi organisasi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kuantitaif. Metode yang digunakan adalah survey. Sample yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Teknik penarikan sample menggunakan total sampling. Tehnik pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran koesioner. Dari hasil penelitian menunjukkan Iklim komunikasi Organisasi PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya adalah negative.

Kata kunci:
Komunikasi Organisasi, Iklim Komunikasi Organisasi.

Nelly Dewi Karina
07 430 10 272

Organizational communications clemate in PT. Irhamna Progress Mandiri Surabaya.

In Fluent subvention of Organizational communications him exist in company require to be supported by good Organizational communications clemate. This matter because of Organizational communications clemate can influence behavior each every meber in Organizational communications clemete of vital importance in organization because correlating organization context with concept, organization member expectation and feelings. Target of which will reach in this research is to know Organizational communications clemate in PT. Orhamna Progress Mandiri Surabaya. Theory which is used in theirs research is Organizational clemate communications.

Research type which used in this research is descriptive research with quantitative approach. Methode the used is survey. Sample in this research amaunt to 30 respondent. Techniquei. Drawl of sample use totally of sampling. Used technique data collecting spreading of quetionaire, from result of research show Organizational communications clemate exist in PT. Irhamna Progress Mandiri Surabaya is Negative.

Keyword
Organizational communications, Organizational communications clemate.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Pada dasarnya komunikasi menyentuh hampir seluruh kehidupan manusia dimanapun dan apapun yang dilakukan manusia tersebut. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Hubungan dengan orang lain merupakan proses yang terus berlanjut, jumlah dan mutu komunikasi yang ada pada hubungan tersebut adalah yang membawa hubungan tersebut dalam kehidupan.

Melalui hubungan dengan orang lain, manusia dapat berkumpul dalam suatu wadah untuk mempermudah pencapaian tujuan hidupnya. Hal tersebut sesuai dengan sifat dasar manusia yang merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan dan kerja sama dengan orang lain. Bentuk kerja sama ini dapat melalui interaksi sosial, baik hubungan antar individu, hubungan individu dengan kelompok, maupun hubungan antar kelompok.

Manusia dalam berinteraksi tidak sekedar untuk memenuhi kepentingan pribadinya semata, tetapi berusaha untuk menjadi suatu bagian dalam kelompok-kelompok masyarakat. Keberadaan manusia dalam suatu kelompok masyarakat dapat diakui jika manusia tersebut memiliki peran dalam kelompok tersebut. Dengan sikap saling menghormati, saling

menolong, dan saling menghargai, hubungan antar manusia dapat berjalan dengan harmonis.

Bentuk interaksi antar manusia dapat di wujudkan dalam sebuah organisasi. Organisasi merupakan sebuah tempat yang menampung orang-orang yang berusaha mencapai tujuan bersama. Organisasi yang sehat ditunjukkan dengan interdependen bekerja dengan cara yang sistematis untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Organisasi dianggap sebagai pemroses informasi terbesar dengan input, throughput, dan output. Sistem terstruktur atas perilaku ini mengandung jabatan-jabatan (posisi-posisi) dan peranan-peranan yang dapat dirancang sebelum peranan-peranan tersebut diisi oleh pelaku organisasi (Pace dan Faules, 1993:17).

Sifat terpenting organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran dan penanganan kegiatan anggota organisasi dan bagaimana komunikasi berlangsung dalam suatu organisasi dan apa maknanya adalah tergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi.

Dalam suatu organisasi terdapat pimpinan dan bawahan. Pimpinan dalam kedudukannya sebagai komunikator bagi organisasi dituntut memiliki kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien. Maksudnya adalah perintah atau instruksi yang disampaikan dapat dipahami oleh karyawan. Kemampuan seorang pimpinan yaitu dalam memberikan informasi mengenai tujuan organisasi dan memberikan penjelasan dalam kaitannya dengan tujuan masing-masing kelompok sehingga masing-masing kelompok merasa bahwa organisasi adalah tujuan mereka bersama. Dengan cara tersebut, seorang

pimpinan dapat memotivasi karyawannya untuk bekerja dengan baik. Untuk menciptakan motivasi yang tinggi di dalam diri anggota organisasi, maka lingkungan dimana mereka bekerja turut mendukung.

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit tertentu komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi terjadi kapanpun, setidaknya satu orang menduduki suatu jabatan dalam organisasi menafsirkan pertunjukan. Komunikasi yang akan ditelaah adalah anggota-anggota organisasi, analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara bersamaan (Pace dan Faules, 2006:31).

Iklm komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi menyeluruh mengenai peristiwa, komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antar karyawan dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut (Pace dan Faules, 2006:147).

Iklm komunikasi organisasi dibentuk melalui interaksi antara anggota organisasi. Interaksi-interaksi dan proses-proses yang membentuk, menciptakan kembali, mengubah dan memelihara iklim adalah hal yang seharusnya menjadi pusat perhatian. Iklim bukanlah sifat seorang individu,

tetapi sifat yang dibentuk, dimiliki bersama dan dipelihara oleh para anggota organisasi (Pace dan Faules, 2006:149).

Iklim komunikasi di dalam suatu organisasi memiliki peran yang cukup penting. Upaya suatu organisasi menciptakan iklim kerja yang positif selain memerlukan dukungan dari anggota organisasi juga memerlukan proses waktu karena setiap individu yang berada dalam organisasi tersebut memerlukan adaptasi dan pembenahan secara bertahap untuk mencapai hasil yang maksimal dan bermanfaat bagi organisasi.

Iklim komunikasi yang positif akan menyebabkan tujuan organisasi akan dapat cepat tercapai sesuai dengan yang diharapkan oleh para anggotanya serta cenderung akan meningkatkan dan mendukung komitmen pada organisasi. Sebaliknya, iklim komunikasi yang negatif akan menyebabkan terciptanya lingkungan kerja organisasi yang tidak sehat, sehingga tujuan organisasi tidak dapat tercapai. Iklim komunikasi yang negatif juga dapat mengakibatkan para anggotanya menjadi tidak memiliki komitmen pada organisasi dan tidak memiliki sense of belonging terhadap organisasi tempat mereka bekerja. Hal tersebut berlaku untuk organisasi atau lembaga atau perusahaan manapun, begitu pula PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya.

PT. Irhamna Progres Mandiri adalah perusahaan yang bergerak dibidang Suplier Oli dan Perawatan Mesin yang cukup berhasil, namun sekalipun perusahaan ini berhasil di bidangnya, juga tidak menjadikan perusahaan tersebut tidak memiliki masalah.

Masalah atau ancaman yang muncul dari dalam organisasi jauh lebih berbahaya bila dibandingkan masalah atau ancaman yang berasal dari luar perusahaan. Sebesar apapun permasalahan yang dihadapi, akan dapat teratasi apabila anggota organisasi atau perusahaan tersebut bersatu dan bersama-sama mengatasinya, tetapi apabila suatu organisasi atau perusahaan tersebut sudah tidak memiliki anggota yang tidak dapat diandalkan dan sudah tidak solid lagi, maka dapat dikatakan nasib organisasi atau perusahaan tersebut sedang berada di ujung tanduk. Oleh karena itu, untuk membangun suatu organisasi yang baik harus diupayakan dan diciptakan suatu hubungan yang harmonis antara karyawan dengan atasan maupun dengan sesama rekan kerja.

Keharmonisan hubungan dalam suatu organisasi merupakan hal yang penting bagi kelancaran pelaksanaan tugas. Hubungan yang harmonis dalam suatu organisasi dapat dicapai apabila terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dengan atasan maupun dengan sesama rekan kerja. Komunikasi yang terjalin baik akan mempererat hubungan antara karyawan dengan atasan atau dengan sesama rekan kerja.

Namun hal itu berbeda dengan yang terjadi di PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya. Kesenjangan hubungan antara atasan dengan bawahan atau karyawan di PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya kurang terjalin dengan baik. Hal ini diindikasikan dengan adanya gap antara atasan dengan karyawan atau bawahan.

Gap ini terjadi karena atasan berusaha untuk mendoktrin pada karyawan yang memiliki jabatan yang lebih tinggi tidak boleh banyak

berbicara dengan karyawan yang memiliki jabatan lebih rendah. Dan hal tersebut bisa saja memperlemah interaksi antar karyawan dengan pimpinan perusahaan yang pada gilirannya dapat menghambat perkembangan organisasi.

Hal tersebut juga diasumsikan adanya keterkaitan karena PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya juga kurang memiliki media komunikasi formal yang berguna untuk merekatkan hubungan antar karyawan dan sebagai sarana komunikasi baik dari pimpinan kepada bawahan, ataupun sebaliknya.

Kurangnya media komunikasi di PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya membuat iklim kerja kurang berjalan dengan baik. Media hanya berlaku dari atas kebawah, tidak ada media penyampai pesan dari bawah ke atas. Hal tersebut membuat para karyawan hanya bisa saling menggunjing dengan karyawan yang lain terhadap atasan atau pimpinan perusahaan, sehingga menyebabkan kurang adanya keharmonisan antara pimpinan perusahaan dengan karyawan di PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa komunikasi dalam perusahaan belum berjalan dengan baik. Komunikasi organisasi yang mestinya dapat menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah belum optimal di PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya. Baik itu komunikasi vertikal antara atasan dengan bawahan maupun sebaliknya. Dan hal tersebut diasumsikan adanya keterkaitan dengan iklim komunikasi organisasi yang berlangsung di dalamnya.

Oleh karena itu, penulis berusaha menggambarkan bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi di PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana iklim komunikasi organisasi PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi PT. Irhamna Progres Mandiri Surabaya.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pada ilmu komunikasi dalam hal iklim komunikasi organisasi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara riil tentang kondisi perusahaan sehingga dapat menjadi acuan bagi pimpinan perusahaan dalam membuat kebijakan-kebijakan baru dalam rangka peningkatan kinerja perusahaan.